

АНАЛИЗ ДИЗАЙНА СОЦИАЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ: НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА

Пьянков А. В.

*Уральский федеральный университет имени первого
Президента России Б. Н. Ельцина,
Екатеринбург*

Аннотация: Актуальность заключается в рассмотрении необходимости применения дизайна в социальной сфере. Анализируются реальные продукты дизайна российских и зарубежных социальных учреждений. Представлены критерии, которые необходимо учитывать при разработке социального дизайна.

Abstract: The urgency lies in considering the need for application of design in the social sphere. We analyzed the real design products of Russian and foreign social institutions.

Ключевые слова: Дизайн, социальные учреждения, социальный дизайн, графический дизайн, социальная работа, общение, коммуникационная модель.

Keywords: Design, social institutions, social design, graphic design, social work, communication, communication model. The criteria that must be taken into account when developing social design are presented.

Дизайн стал неотъемлемой частью современной жизни. Мы видим его везде: на упаков-

ках продуктов питания, на улицах города, в тех предметах, которыми пользуемся каждый день, будь то зубная щетка или обувь. Как правило, мы не задумываемся о дизайне, не считываем в полной мере всю заложенную в него информацию и смыслы.

Существуют сферы, в которых, на наш взгляд, дизайн просто необходим, но на практике используется непрофессионально, без ясного осознания того, что же такое дизайн и как он работает, либо не используется вовсе. Такой сферой можно назвать социальные учреждения, занятые в сфере социального обслуживания населения, социальной защиты, социальной помощи, социального обеспечения и т.д. Такие социальные учреждения часто не имеют фирменного стиля как такого, рекламная и полиграфическая продукция оформляется самими работниками данных учреждений (а не проектируется дизайнерами). Вокруг таких учреждений формируется негативный «визуальный образ», что пагубно влияет на их имидж.

Дизайн транслирует определённую информацию и побуждает к обратной связи, на взаимодействие с предметом, продуктом дизайна. В данном случае мы наблюдаем коммуникативную функцию дизайна. Это позволяет изучать дизайн в рамках модели коммуникации. Проблема современного дизайна состоит в том, что между дизайном и потребителем выстраивается односторонняя коммуникация, дизайн воздействует на потребителя как на безучаст-

ного объекта (Рис.1). В данном случае, согласно идеям М.С. Кагана, мы наблюдаем за коммуникацией чисто информационный процесс – «передачу тех или иных сообщений» [3. С.. 144]. Идеальной же ситуацией является возникновение между дизайном и потребителем общения, диалога, которые подразумевают обратную связь. По словам М.С Кагана, общение в отличие от коммуникации имеет «практический, материальный, и духовный, информационный, и практически-духовный характер» [3. С.143-144]. А.Н. Зеленский, анализируя идеи М.С. Кагана и А.М. Эткинда, пишет следующее: «В общении же для автора (художник, дизайнер и прочее) человек, общество, поколение должны представлять особую ценность. В этом случае главенствующую роль имеет формирование диалогичной связи на психологическом и духовном уровне» [2]. Таким образом, если правильно применять средства дизайна в социальных учреждениях, ориентироваться на особенности потребителей, на их духовные, психологические потребности, то реально выстроить ту модель общения, которая окажется эффективной.



Рис. 1 Модели коммуникации и общения по М.С. Кагану применённые к дизайну

Нами проведён сравнительный анализ продуктов дизайна российских и зарубежных социальных учреждений, а также социального дизайна. В первую очередь, проанализированы полиграфическая и рекламная продукция социальных учреждений, дизайн их официальных сайтов с целью выявления положительных и отрицательных, сильных и слабых сторон дизайна, на основе которых можно сделать рекомендации по проектированию правильного и эффективного дизайна в данной сфере. Продукты дизайна анализировались по следующим, выделенными нами, критериям: адекватность (в том числе конкретность и информативность дизайна), привлекательность, чистота графического решения, нондискриминация (не дискриминирующий характер дизайна), технологичность (в том числе, бюджетность производства).

Яркий пример не самого сильного, на наш взгляд, использования адекватности, конкретности в дизайне (соответствия специфике деятельности учреждения) – это брошюры, которые мы можем наблюдать в социальных учреждениях. В Екатеринбурге многие из них создаются под контролем Городского центра медицинской профилактики (www.profilaktica.ru). В данных брошюрах мы наблюдаем яркий пример несоответствия содержания их дизайна с действительностью. В брошюрах, ориентированных на подростков и профилактику пивного алкоголизма, мы наблюдаем фотографии «мо-

лодых счастливых людей», которые не похожи на среднестатистического, что важно, российского, молодого человека, употребляющего алкоголь. Клиент такого учреждения – молодой человек, просто не будет отождествлять себя с образами на брошюре, следовательно, не воспримет адекватно всю заложенную в ней информацию. Д.А. Норман в своей книге «Дизайн привычных вещей» отмечал важность и эффективность естественного дизайна, который включает в себя естественные подсказки о том, как пользоваться предметом дизайна по его функциональному назначению [4]. Это должно быть применимо и к социальному дизайну – наличие в дизайне афиш и брошюр социальных учреждений каких-либо знаков, символов и образов, посредством которых потребитель отождествил бы себя с этими предметами дизайна, можно рассматривать, на наш взгляд, как естественные подсказки.

Отличный пример адекватности и конкретности, который включает в себя очень сильный не дискриминирующий элемент – это фирменный стиль, разработанный Р. Кириченко для фестиваля танца людей с ограниченными возможностями (www.behance.net/gallery/42238231/I-can-dance). На афишах мы наблюдаем образ человека с ограниченными возможностями, вовлечённого в общее действие с другими людьми – в танце. Человек с ограниченными возможностями, лично заинтересованный в своём активном досуге, заметив

такую афишу, скорее всего, отождествит себя с изображённым на ней образом. Даже сам шрифт, по задумке автора, несёт в себе определённую идею: буквы с недостающими элементами символизируют людей с ограниченными возможностями, но при этом буквы остаются читабельными и соединяются в слова.

По результатам анализа самые низкие оценки получены по критериям привлекательность и чистота графического решения. Данная тенденция касается, прежде всего, дизайна сайтов социальных учреждений. Стоит отметить, что это применимо как к российским социальным учреждениям (прежде всего, анализировались сайты Комплексных центров социального обслуживания населения), так и к зарубежным, например, американским бюджетным социальным учреждениям. На сайтах мы видим обилие различных, не всегда сочетаемых, случайных цветов, графику и фотографии, так или иначе характеризующие ту группу населения, на которой специализируются учреждения, и различные не самые приятные шрифтовые решения. Мы наблюдаем низкий уровень графических решений и их воплощений, которые, в свою очередь, негативно сказываются на общей привлекательности сайтов. Это объясняется, прежде всего, недостатком бюджета социальных учреждений. Нет достаточных средств, чтобы предоставить разработку сайта опытным и авторитетным дизайн-студиям.

По результатам анализа отметим следую-

щее: в современной практике дизайна распространён элемент, касающийся не дискриминирующего характера (не было ни одного явно отрицательного в этом плане примера). Это соответствует гуманистическому принципу дизайна. Так или иначе, дизайн социальных учреждений ориентируется на специфику учреждения, той категории населения, на работу с которой нацелено учреждение. В данном принципе прослеживается индивидуальный подход, характерный для социальной работы. Однако в дизайне это воплощается не в полной мере, так как используются поверхностные, неглубинные представления о клиентах и потребителях.

Литература:

1. Быстрова, Т. Ю. Философия дизайна: учеб.-метод. пособие. 2-е изд., перераб. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2015.— 128 с.
2. Зелинский А. Н. Коммуникативный подход к искусству в отечественной эстетике. [Электронный ресурс]. URL: http://taby27.ru/studentam_aspirantam/aspirant/filosofiya-nauki.-arxitecture-dizajnu-dpi/kommunikativnyj-podxod-k-iskusstvu.html (дата обращения: 09.03.17).
3. Каган М. С. Мир общения: Проблема межсубъектных отношений. М. : Политиздат, 1988. — 319 с.
4. Норман Дональд А. Дизайн привычных вещей. М.:Издат. дом “Вильямс”, 2006.— 384 с.